



Positionspapier:

Abhängigkeit des Fachhandels von selektivem Vertrieb bei Standortfragen berücksichtigen

Hochwertige Angebote sichern - Abwärtsspirale verhindern: Der Handelsverband Kosmetik wirbt dafür, die spezifischen qualitativen Belange des Facheinzelhandels bei Entscheidungen über die Innenstadtentwicklung oder Neuansiedlungen angemessen zu berücksichtigen.

Der innerstädtische Fachhandel trägt nicht nur zur Attraktivität eines Stadtviertels bei und sichert qualifizierte Arbeitsplätze im Handel, er ist wie kaum eine andere Branche auch wirtschaftlich von der Qualität eines Standorts abhängig. Verschlechtert sich das Umfeld, kann gerade bei hochwertigen Sortimenten leicht eine Kettenreaktion ausgelöst werden, die in eine Abwärtsspirale mündet und nicht nur bestehende Unternehmen belastet, sondern auch die Neuansiedlung hochwertigen Einzelhandels erschwert. Wir erläutern die Hintergründe und empfehlen, bei der Innenstadtentwicklung und standortrelevanten Entscheidungen die spezifischen Bedürfnisse spezialisierter Fachhändler zu berücksichtigen und das Gespräch mit den betroffenen Unternehmen zu suchen.

Handelsverband
Kosmetik
Bundesverband
Parfümerien

Fachverband im
Handelsverband
Deutschland

Kaiserstraße 42a
40479 Düsseldorf
Deutschland

Tel.: 0211 301818-80
Fax: 0211 301818-99

Spezifischen Vertriebsstrukturen für hochwertige Produkte

Was zum Teil auch Fachleuten nicht bewusst ist: Der Auslöser für diese Entwicklung ist nicht im Unternehmen selbst, sondern in spezifischen Vertriebsstrukturen für hochwertige Luxusprodukte zu suchen, dem sogenannten „selektiven Vertrieb“. Der selektive Vertrieb spielt für den innerstädtischen Fachhandel mit hochwertigen Waren, z.B. Parfums, Kosmetik, Uhren, Schmuck, Optik oder Luxustextilien, eine wichtige Rolle. Diese Branchen bieten ein hochwertiges Sortiment und vermitteln damit Qualität, Wertigkeit und Exklusivität.

www.handelsverband-kosmetik.de

Präsidentin
Barbara Summerer

Geschäftsführer
Elmar Keldenich M.A.

Vereinsregister
Recklinghausen VR1212

Selektiver Vertrieb als Qualitätsmerkmal

Das resultiert auch daraus, dass die angebotenen Produkte nicht überall, sondern nur in speziell ausgewählten Einzelhandelsgeschäften erhältlich sind, die zum Teil sehr hohe Anforderungen erfüllen müssen. Dadurch erscheinen die meist höherpreisigen Produkte zusätzlich als etwas Besonderes und Hochwertiges, was ihr Prestige und die Begehrlichkeit beim Verbraucher zusätzlich steigert und die exklusive Anmutung der angebotenen Marken und Produkte unterstützt.

Gerichtsstand
Düsseldorf

Luxus-Image und Käuferlebnis

Um das Luxus-Image zu wahren und das Käuferlebnis zu optimieren, erfordert der Vertrieb dieser Produkte darüber hinaus auch eine angemessene Warenpräsentation, qualifizierte Beratung und ein qualitativ hochwertiges Einkaufsumfeld. Dieses wird durch eine angemessene Präsentation der Waren, speziell geschulte Fachberater, hochwertige Geschäfte mit einer luxuriösen Atmosphäre und Ausstattung und eine entsprechende Umgebung sichergestellt.



Tendenz zu B-Lagen und Szene-Quartieren

Alle Faktoren zusammen begründen ein Einkaufsumfeld, das zur Schaffung eines Lifestyle-Erlebnisses beiträgt, das von den Kunden mit dem Kauf hochwertiger Produkte in Verbindung gebracht wird. In den deutschen Innenstädten sind solche Faktoren in der Regel in den 1A- und 1B-Lagen und zunehmend auch in sogenannten Szene-Quartieren vorzufinden.

Hochwertiger Fachhandel Standortfaktor für Städte und Gemeinden - aber auch für andere Händler

Die Präsenz von hochwertigen Einzelhandelsgeschäften in den Einkaufsstraßen trägt zur Attraktivität der Innenstädte bei und lockt potenzielle Käufer an. Zudem zieht ein qualitativ hochwertiges Einkaufsumfeld in den Innenstädten auch Touristen an, die bereit sind, in Luxusprodukten zu investieren und damit die Wirtschaft der Stadt zu beleben. Das Vorhandensein weiterer Geschäfte ähnlichen Typs, gepflegte Häuser, öffentliche Gebäude wie Museen oder Theater, anspruchsvolle gastronomische Angebote und ein entsprechendes Stadt- bzw. Straßenbild wiederum sind unabdingbare Standortfaktoren für den Luxusgüter-Einzelhandel.

Luxuslieferanten prüfen Qualität der Standorte - Ohne Umfeld keine Luxusmarken

Viele Luxuslieferanten bewerten den Standort bzw. die unmittelbare Umgebung einer Verkaufsstelle daher vor Abschluss eines Vertriebsvertrages oder später in regelmäßigen, meist jährlichen, Abständen. Erfüllt der Standort der Verkaufsstelle die Anforderungen der Lieferanten nicht oder nicht mehr, kommt keine Zusammenarbeit zustande oder ein bestehender Vertriebsvertrag wird in der Folge gekündigt. Was, bedingt durch eine Veränderung des Marken Umfelds, sogar die unmittelbare Kündigung weiterer Lieferanten nach sich ziehen kann.

Konsequenzen für den Standort und Facheinzelhandel - Neuansiedlungen nicht mehr möglich

Die „Verschlechterung“ eines Standortes, z.B. durch Leerstand oder Umnutzung, hat also nicht nur Auswirkungen auf die Attraktivität der Innenstadt, sondern kann massive wirtschaftliche Folgen für die betroffenen Geschäfte des Fachhandels nach sich ziehen, da die Fachhändler von der Belieferung durch wichtige Luxusmarken abgeschnitten werden. Gleiches gilt für die Neuansiedlung hochwertigen Einzelhandels: Stimmen die Standortfaktoren nicht, kommen wichtige Lieferverträge erst gar nicht zustande.

Hochwertige Angebote sichern - Abwärtsspirale verhindern

Im schlimmsten Fall kann eine solche Entwicklung zu einem Verfall des gesamten Viertels führen. Es ist daher dringend anzuraten, bei Entscheidungen über Fragen der Innenstadtentwicklung oder Neuansiedlungen die spezifischen Standortanforderungen des selektiven Fachhandels zu berücksichtigen, um dessen wirtschaftliche Basis nicht zu gefährden, eine Abwärtsspirale zu vermeiden und die Neuansiedlung weiterer hochwertiger Einzelhandelsgeschäfte zu ermöglichen, die maßgeblich zur Entwicklung einer attraktiven Innenstadt beitragen.

Fragen und Kontakt:

Elmar Keldenich M.A., Geschäftsführer (Tel.: -84)

**Handelsverband
Kosmetik
Bundesverband
Parfümerien**

**Fachverband im
Handelsverband
Deutschland**

Kaiserstraße 42a
40479 Düsseldorf
Deutschland

Tel.: 0211 301818-80
Fax: 0211 301818-99

www.handelsverband-kosmetik.de

Präsidentin
Barbara Summerer

Geschäftsführer
Elmar Keldenich M.A.

Vereinsregister
Recklinghausen VR1212

Gerichtsstand
Düsseldorf